

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
"РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ РАДИОТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
В.Ф. УТКИНА"

СОГЛАСОВАНО
Зав. выпускающей кафедры

УТВЕРЖДАЮ

Digital-маркетинг
рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Экономики, менеджмента и организации производства
Учебный план	z38.04.01_26_00.plx 38.04.01 Экономика
Квалификация	магистр
Форма обучения	заочная
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	1		Итого	
Вид занятий	уп	рп		
Лекции	6	6	6	6
Практические	6	6	6	6
Иная контактная работа	0,35	0,35	0,35	0,35
Консультирование перед экзаменом и практикой	2	2	2	2
Итого ауд.	14,35	14,35	14,35	14,35
Контактная работа	14,35	14,35	14,35	14,35
Сам. работа	111	111	111	111
Часы на контроль	8,65	8,65	8,65	8,65
Контрольная работа заочники	10	10	10	10
Итого	144	144	144	144

г. Рязань

Программу составил(и):

к.э.н., доц., Куприянова Марина Владимировна

Рабочая программа дисциплины

Digital-маркетинг

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

ФГОС ВО - магистратура по направлению подготовки 38.04.01 Экономика (приказ Минобрнауки России от 11.08.2020 г. № 939)

составлена на основании учебного плана:

38.04.01 Экономика

утвержденного учёным советом вуза от 30.01.2026 протокол № 7.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Экономики, менеджмента и организации производства

Протокол от 28.04.2026 г. № 8

Срок действия программы: 20262028 уч.г.

Зав. кафедрой Евдокимова Елена Николаевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры
Экономики, менеджмента и организации производства

Протокол от _____ 2027 г. № ____

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2028-2029 учебном году на заседании кафедры
Экономики, менеджмента и организации производства

Протокол от _____ 2028 г. № ____

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2029-2030 учебном году на заседании кафедры
Экономики, менеджмента и организации производства

Протокол от _____ 2029 г. № ____

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2030-2031 учебном году на заседании кафедры

Экономики, менеджмента и организации производства

Протокол от _____ 2030 г. № ____

Зав. кафедрой _____

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	Цель: изучение базовых понятий в области Digital-маркетинга, формирование общих представлений о процессах, связанных с Digital-маркетингом, бизнесом и управленческой деятельностью в цифровой среде.
1.2	Задачи:
1.3	- рассмотреть сущность, каналы и технологии цифрового маркетинга;
1.4	- раскрыть сущность и технологии SEO;
1.5	- рассмотреть процесс управления контекстной рекламой в поисковых системах и партнерских сетях;
1.6	- проанализировать возможности web аналитики;
1.7	- рассмотреть сущность контентного маркетинга, бесплатное продвижение и таргетированную рекламу в социальных сетях;
1.8	- уточнить содержание и тенденции развития маркетинга в современных условиях.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В.ДВ.02
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Изучение дисциплины базируется на знаниях и навыках в области общеуправленческой и общеэкономической подготовки, полученных студентами при получении предыдущего образования.
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Автоматизация проектных и конструкторских разработок
2.2.2	Информационный менеджмент
2.2.3	Планирование и прогнозирование (продвинутый уровень)
2.2.4	Преддипломная практика
2.2.5	Цифровая фабрика
2.2.6	Цифровые технологии в промышленном производстве
2.2.7	Цифровые технологии в финансах
2.2.8	Электронная коммерция и цифровые рынки
2.2.9	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.10	Цифровой HR

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ПК-4: Способен разрабатывать и оценивать экономическую эффективность программ и проектов внедрения цифровых технологий	
ПК-4.1. Разрабатывает меры по повышению экономической эффективности деятельности организации на основе внедрения цифровых технологий	
Знать теоретические основы применения цифровых технологий для разработки маркетинговой стратегии Уметь проводить маркетинговый анализ с применением современных цифровых технологий и принимать на его основе экономически обоснованные решения Владеть применения цифровых технологий для сбора, обработки, передачи и хранения маркетинговой информации для обоснования мер по развитию предприятия и повышению эффективности его деятельности	

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	теоретические основы применения цифровых технологий для разработки маркетинговой стратегии
3.2	Уметь:
3.2.1	проводить маркетинговый анализ с применением современных цифровых технологий и принимать на его основе экономически обоснованные решения
3.3	Владеть:
3.3.1	применения цифровых технологий для сбора, обработки, передачи и хранения маркетинговой информации для обоснования мер по развитию предприятия и повышению эффективности его деятельности

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)						
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Форма контроля
	Раздел 1. Теоретическое обучение					
1.1	Digital-технологии в маркетинге /Тема/	1	0			
1.2	Digital-технологии в маркетинге. Цифровые технологии: функциональное назначение и специфика применения в маркетинге. Интернет как коммуникационная среда. /Лек/	1	1	ПК-4.1-3 ПК-4.1-У ПК-4.1-В	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Э1 Э2 Э3	Контрольные вопросы
1.3	Изучение конспектов лекции, основной и дополнительной литературы, подготовка к практическим занятиям /Ср/	1	30	ПК-4.1-3 ПК-4.1-У ПК-4.1-В	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Э1 Э2 Э3	Контрольные вопросы
1.4	Корпоративный сайт как инструмент Digital-маркетинга /Тема/	1	0			
1.5	Сайт и посадочная страница. Основы создания Интернет-ресурсов и обеспечения их функционирования в глобальной сети. Коммерциализация Интернет-проектов. Партнерские программы коммерческих сайтов и их агрегаторы. Посадочная страница коммерческого сайта. Комплексное продвижение коммерческого сайта в сети. /Лек/	1	1	ПК-4.1-3 ПК-4.1-У ПК-4.1-В	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Э1 Э2 Э3	Контрольные вопросы
1.6	Поисковая оптимизация сайта /Пр/	1	2	ПК-4.1-3 ПК-4.1-У ПК-4.1-В	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Э1 Э2 Э3	Отчет по практической работе
1.7	Изучение конспектов лекции, основной и дополнительной литературы, подготовка к практическим занятиям /Ср/	1	28	ПК-4.1-3 ПК-4.1-У ПК-4.1-В	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Э1 Э2 Э3	Контрольные вопросы
1.8	Коммуникационные стратегии Digital-маркетинга /Тема/	1	0			
1.9	Маркетинговые коммуникации и продвижение товаров и услуг. Разработка стратегии продвижения на основе цифровых технологий. /Лек/	1	2	ПК-4.1-3 ПК-4.1-У ПК-4.1-В	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Э1 Э2 Э3	Контрольные вопросы

1.10	Продвижение в социальных сетях: SMM и SMO /Пр/	1	2	ПК-4.1-З ПК-4.1-У ПК-4.1-В	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Э1 Э2 Э3	Отчет по практической работе
1.11	Изучение конспектов лекции, основной и дополнительной литературы, подготовка к практическим занятиям /Ср/	1	25	ПК-4.1-З ПК-4.1-У ПК-4.1-В	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Э1 Э2 Э3	Контрольные вопросы
1.12	Управление Digital-маркетингом /Тема/	1	0			
1.13	Стратегическое планирование в Digital-маркетинге. Оценка эффективности Digital-маркетинга /Лек/	1	2	ПК-4.1-З ПК-4.1-У ПК-4.1-В	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Э1 Э2 Э3	Контрольные вопросы
1.14	Конкурентный анализ и планирование маркетинговых мероприятий /Пр/	1	2	ПК-4.1-З ПК-4.1-У ПК-4.1-В	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Э1 Э2 Э3	Отчет по практической работе
1.15	Изучение конспектов лекции, основной и дополнительной литературы, подготовка к практическим занятиям /Ср/	1	28	ПК-4.1-З ПК-4.1-У ПК-4.1-В	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Э1 Э2 Э3	Контрольные вопросы
	Раздел 2. Контрольная работа					
2.1	Контрольная работа /Тема/	1	0			
2.2	Выполнение контрольной работы /КрЗ/	1	10	ПК-4.1-З ПК-4.1-У ПК-4.1-В	Л1.3	Отчет по контрольной работе
	Раздел 3. Промежуточная аттестация					
3.1	Экзамен /Тема/	1	0			
3.2	Консультация к экзамену /Кнс/	1	2	ПК-4.1-З ПК-4.1-У ПК-4.1-В	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Э1 Э2 Э3	Контрольные вопросы

3.3	Сдача экзамена /ИКР/	1	0,35	ПК-4.1-З ПК-4.1-У ПК-4.1-В	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Э1 Э2 Э3	Контрольные вопросы
3.4	Подготовка к экзамену /Экзамен/	1	8,65	ПК-4.1-З ПК-4.1-У ПК-4.1-В	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Э1 Э2 Э3	Контрольные вопросы

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Оценочные материалы приведены в приложении к рабочей программе дисциплины (см. документ «Оценочные материалы по дисциплине «Digital-маркетинг»)

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

№	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Количество/название ЭБС
Л1.1	Сафонова Л. А., Смоловик Г. Н., Королева В. П.	Интернет-маркетинг : учебное пособие	Новосибирск: Сибирский государствен ный университет телекоммуника ций и информатики, 2019, 80 с.	2227-8397, http://www.iprbookshop.ru/90586.html
Л1.2	Катаев, А. В., Катаева, Т. М., Названова, И. А.	Digital-маркетинг : учебное пособие	Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2020, 161 с.	978-5-9275-3437-1, https://www.iprbookshop.ru/100169.html
Л1.3	Кметь Е. Б., Юрченко Н. А.	Цифровой маркетинг : учебник для вузов	Санкт-Петербург: Лань, 2023, 128 с.	978-5-507-46792-1, https://e.lanbook.com/book/345998

6.1.2. Дополнительная литература

№	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Количество/название ЭБС
---	---------------------	----------	-------------------	-------------------------

№	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Количество/название ЭБС
Л2.1	Кошелева А. Н.	Психология Интернет-коммуникации : учебно-методический комплекс	Санкт-Петербург: Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, 2015, 27 с.	2227-8397, http://www.iprbookshop.ru/51692.html
Л2.2	Беленькая, Ю. П., Бережнов, А. Ю., Новикова, А. С., Срыбная, П. И.	SMM и SEO-технологии : учебное пособие	Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2017, 62 с.	2227-8397, https://www.iprbookshop.ru/92670.html
Л2.3	Стефанова Н. А.	Эффективный интернет-маркетинг : учебное пособие	Самара: ПГУТИ, 2018, 171 с.	, https://e.lanbook.com/book/182388
Л2.4	Кумова С. В.	Современные технологии цифрового медиадизайна : учебное пособие	Саратов: Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2015, 207 с.	978-5-7433-2969-4, http://www.iprbookshop.ru/76512.html
Л2.5	Шпаковский В. О., Розенберг Н. В., Егорова Е. С.	Интернет-журналистика и интернет-реклама : учебное пособие	Москва: Инфра-Инженерия, 2018, 248 с.	978-5-9729-0202-6, http://www.iprbookshop.ru/78258.html
Л2.6	Сенаторов А. А.	Битва за подписчика «ВКонтакте»: SMM-руководство	Москва: Альпина Паблишер, 2019, 176 с.	978-5-9614-5427-7, http://www.iprbookshop.ru/83086.html
Л2.7	Плиско А. В.	Интернет-технологии ведения бизнеса : методическое пособие для бакалавров по направлению подготовки 43.03.02 туризм, 38.03.02 «менеджмент», 38.03.03. «управление персоналом»	Симферополь: Университет экономики и управления, 2019, 58 с.	2227-8397, http://www.iprbookshop.ru/89484.html
Л2.8	Ветцель К. Я.	Интернет-маркетинг : учебное пособие	Красноярск: СФУ, 2018, 176 с.	978-5-7638-4010-0, https://e.lanbook.com/book/157667
Л2.9	Николаева М. А.	Интернет-реклама в продвижении товаров и услуг	Екатеринбург: УрГПУ, 2017, 166 с.	978-5-7186-0867-0, https://e.lanbook.com/book/159004
Л2.10		Интернет-реклама и пр : метод. указания к практическим занятиям	Сочи: СГУ, 2020, 42 с.	, https://e.lanbook.com/book/172131

№	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Количество/название ЭБС
Л2.11	Смолина, В. А.	SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях	Москва: Инфра-Инженерия, 2019, 252 с.	978-5-9729-0259-0, https://www.iprbookshop.ru/86572.html

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Электронно-библиотечная система «IPRbooks» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: доступ из корпоративной сети РГРТУ – свободный, доступ из сети Интернет – по паролю.
Э2	Электронная библиотека РГРТУ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: из корпоративной сети РГРТУ – по паролю.
Э3	Электронно-библиотечная система "Лань" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: из корпоративной сети свободный, доступ из сети Интернет по паролю.

6.3 Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

6.3.1 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

Наименование	Описание
Операционная система Windows	Коммерческая лицензия
Kaspersky Endpoint Security	Коммерческая лицензия
Adobe Acrobat Reader	Свободное ПО
LibreOffice	Свободное ПО

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	Система КонсультантПлюс http://www.consultant.ru
6.3.2.2	Информационно-правовой портал ГАРАНТ.РУ http://www.garant.ru

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1	115 лабораторный корпус. Учебная аудитория для проведения учебных занятий Специализированная мебель (30 посадочных мест), магнитно-маркерная доска, 2 флипчарта, пробковая доска. Мультимедийный проектор, 1 экран, 1 ноутбук (Samsung Intel Pentium B950 /4Gb). Возможность подключения к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду РГРТУ.
2	414 учебно-административный корпус. Помещение для самостоятельной работы Специализированная мебель (40 посадочных мест), магнитно-маркерная доска, экран. Мультимедийный проектор (NEC AOC 2050W) ПК: Intel Pentium G620/4Gb – 13 шт Возможность подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду РГРТУ
3	325 лабораторный корпус. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации Специализированная мебель (29 посадочных мест), магнитно-маркерная доска, проектор, экран. ПК: ПЭВМ – 1 шт. Возможность подключения к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду РГРТУ.
4	501 лабораторный корпус. Помещение для самостоятельной работы Специализированная мебель (37 посадочных мест) ПК: Intel Celeron CPVJ1800 – 25 шт. Возможность подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду РГРТУ

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Методическое обеспечение приведено в приложении к рабочей программе дисциплины (см. документ «Методическое обеспечение дисциплины «Digital-маркетинг»)

Оператор ЭДО ООО "Компания "Тензор"

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

ПОДПИСАНО
ЗАВЕДУЮЩИМ
КАФЕДРЫ

ФГБОУ ВО "РГРТУ", РГРТУ, Евдокимова Елена Николаевна,
Заведующий кафедрой ЭМОП

Простая подпись

ПОДПИСАНО
ЗАВЕДУЮЩИМ
ВЫПУСКАЮЩЕЙ
КАФЕДРЫ

ФГБОУ ВО "РГРТУ", РГРТУ, Евдокимова Елена Николаевна,
Заведующий кафедрой ЭМОП

Простая подпись